



# ผู้บริหารหนุ่มเดือนผู้บริโภคมียาสีผิวส่วนลดเน้นคุณภาพงาน

จากการคาดการณ์ตลาดรับสร้างบ้านปี 60 โตมากกว่า 10% ส่งผลให้บริษัทรับสร้างบ้านทวีความรุนแรงในการแข่งขันเพื่อชิงยอดให้เพิ่มขึ้นจากสภาวะฟืดเคืองของปีที่แล้วด้านรอแผลแฮร์รี่ยืนยันไม่หลงเล่นสงครามราคาที่ยังเป็นที่กังขา หากหยิบยื่นโอกาสให้ผู้บริโภคได้เลือกในสิ่งที่ต้องการ ก่อนเผยกลยุทธ์ปี 60 ที่กวาดทุกกลุ่มผู้ต้องการสร้างบ้าน พร้อมชี้เทรนด์สร้างบ้าน 2018 เน้นความปลอดภัย ขยายพื้นที่ใช้สอยโดยเพิ่มความสูงและที่นำจับตามองคือเทรนด์การสร้างบ้านสำหรับประชากรโสดที่เพิ่มอัตรามากขึ้น

นายโกศล ไควสุทธิ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท รอแผลแฮร์รี่ จำกัด กล่าวว่า สืบเนื่องจากการชะลอตัวของความต้องการสร้างบ้านในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2559 ส่งผลให้ตลาดรับสร้างบ้านในปี 2560 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า 10% หรือประมาณมูลค่าที่ 1.2 หมื่นล้านบาท เพื่อรองรับกับความต้องการสร้างบ้านที่ตกค้างจากปีที่แล้ว เป็นเหตุให้บริษัทรับสร้างบ้านต่างๆ จัดกลยุทธ์การตลาดออกมาใช้เพื่อชิงยอดผลประกอบการของปีนี้ให้สูงขึ้นจากเดิม โดยพบว่าส่วนลดของการรับสร้างบ้านค่อนข้างสูงมากจนน่าตกใจ ซึ่งต้องแสดงความเป็นห่วงไปยังผู้บริโภคให้ใช้วิจารณญาณในการเลือกใช้บริการ โดยแนะนำให้คำนึงถึงความเหมาะสมด้านราคาและคุณภาพของงานสร้างเป็นหลัก

“รอแผลแฮร์รี่ยืนยันที่จะไม่ลงไปร่วมในสงครามการลดราคาที่กำลังดุเดือดและน่ากังขา แต่เสนอเป็นสิทธิประโยชน์อื่นๆ ให้กับผู้บริโภคแทน เนื่องจากยึดถือในมาตรฐานงานก่อสร้าง

และความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าเป็นหลัก โดยในปี 2559 ที่ผ่านมามีขนาดบ้านที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของรอแผลแฮร์รี่ คือบ้านกลุ่มราคา 5-7 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็น 40% ของยอดขายทั้งหมด โดยผู้บริโภคนิยมสร้างบ้านแบบ คอนเทมโพรารี มากที่สุดถึง 50 หลัง”

นายโกศล กล่าวว่า สำหรับปี 2560 รอแผลแฮร์รี่ตั้งเป้าไว้ที่ 1,000 ล้านบาท โดยจะใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานแบบ Multi-gen Strategy ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคทั้ง 3 เจเนอเรชั่น เนื่องจากผลรายงานของบริษัทพบว่า กลุ่มลูกค้าของรอแผลแฮร์รี่



มีการซบเซาลงของอายุลดลง โดยเป็นกลุ่มคนตั้งแต่ 25-70 ปีขึ้นไป จากเดิมที่จะเป็น 45 ปีขึ้นไปอย่างเดียว อันแสดงว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่เริ่มมีความสนใจในการสร้างบ้านเองมากขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม รอแผลแฮร์รี่จึงวางแผนการสื่อสารและการตลาดให้มีความเหมาะสมในแต่ละช่วงวัย

โดยสำหรับกลุ่มลูกค้า Baby Boomer อันถือเป็นกลุ่มลูกค้าเก่าแก่ที่มีความภักดีต่อแบรนด์ การตลาดแบบ Word of Mouth ยังใช้ได้ดี ซึ่งนั่นหมายความว่าผลงานการสร้างบ้าน

ของรอแผลแฮร์รี่ต้องดีพอที่จะบอกต่อกันด้วย และรอแผลแฮร์รี่ก็มีความมั่นใจเป็นอย่างมากในส่วนนี้

ถัดมากลุ่ม Gen X อันเป็นกลุ่มคนที่ต้องจับตามองเป็นพิเศษ เนื่องจากมีกำลังซื้อ มีไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ผสมผสานกับคนรุ่นเก่า สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรอบด้าน กิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับคนกลุ่มนี้จึงเป็นการให้ข้อมูล โฉมหน้าใจด้วย

# บางกอกทูเดย์

Bangkok Today  
Circulation: 150,000  
Ad Rate: 1,000

Section: First Section/สตรี

วันที่: ศุกร์ 10 - พุธสัปดาห์ 16 มีนาคม 2560

ปีที่: 14

ฉบับที่: 3026

หน้า: 33(เต็มหน้า)

Col.Inch: 97.16

Ad Value: 97,160

PRValue (x3): 291,480

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ผู้บริหารหนุ่มเดือนผู้บริโภคมียาเสพติดยื่นขอประกันคุณภาพงาน



เหตุผล และการสื่อสารทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์

ส่วนกลุ่มสุดท้าย คือ Gen Y ที่เริ่มมาเป็นลูกค้าของรอยแอล  
เฮ้าส์ และ มองว่าจะกลายเป็นลูกค้าของรอยแอลเฮ้าส์ในอนาคต  
ก็ได้มีการวางแผนการตลาดแบบคิดนอกกรอบในสื่อออนไลน์  
เช่น campaign ช่างช่างที่มียอดการเข้าเห็นถล่มทลายกว่า  
700,000 ครั้ง การปรับปรุง website ครั้งใหญ่ที่กำลังเริ่มดำเนิน

การ การเริ่มใช้ RH Workflow ที่เริ่มมาตั้งแต่ต้นปี ทั้งหมดนี้  
เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นในแบรนด์ให้เกิดขึ้นใน  
คนกลุ่มนี้”

นายโกศล ยังได้กล่าวทิ้งท้ายอีกว่า สำหรับเทรนด์การสร้างบ้าน  
ในปี 2018 มีเทรนด์ที่น่าสนใจ อันได้แก่ Solitude การสร้างบ้าน  
สำหรับประชากรโสดที่เพิ่มอัตราสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน, Safe &  
Secure เน้นเรื่องความปลอดภัย Soaring การสร้างบ้านในพื้นที่  
จำกัดแต่เพิ่มชั้นให้สูงขึ้น และ Space Solutions ที่มีการจัดสรร  
พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

“โดยเทรนด์การสร้างบ้านดังกล่าวนี้ รอยแอลเฮ้าส์ก็ได้นำมา  
พัฒนาและออกแบบบ้านเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า  
มากขึ้น ซึ่งเรามีแบบบ้านใหม่ถึง 2 แบบ มานำเสนอให้ทุกท่านได้  
ชมกัน และทุกท่านจะสามารถพบกับแบบบ้านใหม่นี้ รวมถึงแบบ  
บ้านทั้งหมดของรอยแอลเฮ้าส์ พร้อมทั้งคำแนะนำและการให้คำ  
ปรึกษาในทุกเรื่องของการสร้างบ้าน ได้ในงานมหกรรมรับสร้าง  
บ้าน ระหว่างวันที่ 9-15 มีนาคม 2560 ที่บูธหมายเลข V3 ชั้น 1  
เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว พร้อมโปรโมชั่นสุดพิเศษมาแนะนำ  
คือ โปร 4 ต่อ 1) ส่วนลดสูงสุดถึง 10% 2) โปรโมชันสูงสุด  
point\*10 กับธนาคารไทยพาณิชย์ 3) แคมทอง 1 บาท สำหรับ  
ปลูกสร้างบ้านเกิน 3.5 ล้านบาท 4) โปรโมชันร่วมกับสมาคมธุรกิจ  
รับสร้างบ้าน” ■